

## 東北地区大学バレーボールリーグ戦における 観戦者の特性や評価についての検討

岩山 良平

キーワード：東北地区バレーボール，大学スポーツ，観戦者特性

In Tohoku district university volleyball league game  
Examination about characteristics and evaluation of spectators

Ryohei Iwayama

### Abstract

Attempt to deepen the understanding of spectators in university volleyball games are inadequate, currently. Knowing the characteristics of spectators is very important.

It is necessary to think about the relationship of the organizers, the players, the audience from the viewpoint of the management of future university sports especially volleyball, furthermore market expansion etc.

In this research, I clarified the personal attributes, audience behavior, motivation and evaluation of spectators in the Tohoku district in the competition of the university volleyball league, explored the current situation and problems of university volleyball in the Tohoku district, and as the research objectives I suggested the practical improvement measures.

I believe that the development of the university volleyball is closely connected to control the decreased audiences and obtain new audiences.

Key words: Tohoku district volleyball, college sports, spectator characteristics

## I. 序論

### 1. 研究背景

我が国における大学競技スポーツ、いわゆる体育会系クラブは現在、高校運動部と企業スポーツの狭間に置かれ、低迷しているといわれて久しい。今後の大学競技スポーツの衰退を危惧する声さえ聞かれている。しかしながら、競技スポーツを取り巻く環境は昨今の企業スポーツの衰退に見られるように大きな変化の時期を迎えている。このような状況下において大学競技スポーツの発展を考えることは重要である、と井上ら（2001）は述べている。

近年、関東六大学野球など大学スポーツもスポーツニュースなどで取り上げられることが増えてきた。バレーボールも世界大会やオリンピックなどでメディアに取り上げられる機会が増加している。最近では、「NEXT4」の影響もあり、活気が戻りつつある。特に、石川祐希選手の人気は絶大で、リーグ戦・インカレを含め、会場は常にファンで溢れている状況であった。石川祐希選手は大学バレーボールを盛り上げる起爆剤となった。学連は観戦に来た観客を固定客としていけるよう様々な試みを行った。このようなことから、運営側の学連をはじめ、大学バレーボールに携わるすべての人々に運営マネジメント能力が求められる。

現在、高田ら（2008）や林（2016）等が述べているように観戦者の特性についての研究はプロスポーツを対象としたものが多く、大学等のアマチュアスポーツの研究は少ない。観戦者の特性を知るとは主催側としてはとても重要である。大学スポーツの特にバレーボールについて今後の大会運営、さらには市場の拡大等の観点から主催、選手、観客の関係性がどのようなになっているか考える必要がある。

### 2. 先行研究の検討

大山・湯川（2015）は大学ラグビー観戦者の来場回数に与える要因を解明するために、大学ラグビーフットボール選手権大会決勝に出場した観戦者の調査結果を用いて、来場回数にどのような要因が影響を与えているのかについてアンケート調査を行っている。強豪大学のラグビーを観戦する人たちの性別や年齢、観戦動機やイメージを分析することによって、将来的に有用な集客構造に結びつくと述べている。

井上・竹内（2012）は、フィギュアスケートに関する研究において、観客の観戦行動に関する研究はみられないと述べており、今後の大会運営さらにはマーケットの拡大などの観点から、ファンとの結びつきを把握することは重要であると考えている。全日本フィギュアスケートノービス選手権の観戦者を対象として調査を行ない、観戦者の特性、行動や動機等を調査している。

出口（2016）や長谷川ら（2017）等の、Vリーグ観戦者の個人的属性や観戦行動といった観戦者の特性を示しているものはあるものの、大学の試合に於ける観戦者特性についての研究は少ない。

### 3. 研究目的

本研究では、大学バレーボールリーグ戦に於ける東北地区の観戦者の年齢や性別等の個人的属性、同伴人数や観戦目的等の観戦行動と動機、リーグ戦の評価を明らかにし、東北地区の大学バレーボールの現状や課題を探り、運営の実践的な改善策について示唆することを研究目的とする。

## II. 研究方法

### 1. 調査方法

調査対象として、東北地区の大学リーグ戦の特性と観戦傾向を分析するために東北地区の大学バレーボール男子1部リーグの

観戦者を対象とし、2018年4/21～5/12までに行われた「第52回東北バレーボール大学男女リーグ戦大会」と9/13～10/21までに行われた「第53回東北バレーボール大学男女リーグ戦大会」の予選リーグ戦に於いてアンケート調査を実施した。

アンケート実施内容としては観戦に来ている観客にアンケート用紙を試合開始して5点にどちらかのチームがなった段階で渡し、記入後学連員が回収するようにした。「第52回東北バレーボール大学男女リーグ戦大会」でのアンケート用紙配布枚数は150枚、回収枚数は87枚で、回収率は58.0%であった。「第53回東北バレーボール大学男女リーグ戦大会」でのアンケート用紙配布枚数は150枚、回収枚数は121枚で、回収率は80.1%であった。

## 2. 調査項目

本研究では、観戦者の特性を明らかにするためにJリーグスタジアム観戦者調査(2016)を参考に27項目を設定した。年齢や性別等を個人的特性、同伴人数や交通手段等を観戦行動、リーグ戦評価として、①②③⑩⑪⑫は試合の魅力、④⑤⑥⑧は会場評価、⑦⑨は情報開示として項目を設定した。

## 3. 分析方法

収集されたデータに対してクロス集計を行った。また、有意差の検定には $\chi^2$ 検定、特徴を調べるために残差分析を行い、相関関係を調べるために相関分析を用いた。

## Ⅲ. 結果及び考察

### 1. 調査対象者の特性

#### (1) 個人的属性

全体の年齢層では20代の構成比が最も高く、次いで40代と50代以上となっている。

職業では会社員(39.4%)と学生(35.6%)の合計が全体の4分の3(75%)を占めた。その他の職業はあまり差が見られなかった。

出身地では宮城県(37.0%)が多くの割合を占めた。次いで青森県(16.3%)となった。東北の中では秋田県(8.2%)の割合が一番少ない結果となった。また、東北以外の出身地では、北海道、新潟、東京、神奈川、群馬、千葉、埼玉、茨城、静岡という結果になった。

バレーボールの経験の有無ではバレーボール経験が「ある」(63.5%)の割合が半数以上となった。リーグ戦を観戦に来る人はバレーボールの経験がある人が比較的多い結果となった。

#### (2) 観戦行動

リーグ戦を観戦に来る際に「2人」(45.7%)で観戦しに来ていることが高い割合を占める結果となった。次いで、「その他」(18.3%)で観戦しに来る割合が高い結果となった。その他では、チームで観戦に来ている人たちも見受けられた。

リーグ戦を観戦する際には、「家族」(53.0%)で観戦に来る割合が半数以上を占める結果となった。次いで、「友人」(31.0%)と観戦しに来場する傾向がある。「その他」(15.5%)の割合も多かった。その他では、大学の同級生の保護者同士、子どもの友人、近隣の人が挙げられる。

リーグ戦に「毎回」(35.6%)観戦に来ている割合と「初めて」(33.7%)観戦に来ている割合が高い結果となった。第52回では初めてが多い割合であるが、第53回では毎回の割合が多い結果となっている。

リーグ戦を観戦する際の交通手段として「自動車」(79.2%)で観戦に来る割合が多い結果となった。その他の移動手段での来場は低い割合となった。電車やバスなどの

公共交通機関を使用すると会場までの移動が困難になる為、「自動車」の割合が高い傾向になる。

リーグ戦を観戦する際には、「選手・スタッフが知り合い」(72.6%)という理由で観戦に来る割合が高い結果となった。その他の目的での観戦来場はとても低い割合となったが、「大学バレーに興味がある」(18.3%)と「出身大学の応援」(13.0%)で観戦に来ている観客も少なからずいる。

「選手・スタッフが知り合い」と「憧れの選手がいる」のどちらかを回答した観戦者と選手との関係は、「家族」(57.8%)の割合が多くを占める結果となった。ついで、「友人」(20.8%)となっている。

「家族」(38.5%)と「知人」(31.7%)から情報を手に入れる割合が多くを占めた。「HP」(21.6%)や「SNS」(17.8%)の割合も低くはないものの、SNSはまだ浸透はしておらず、家族や友人から情報を手に入れることが安易なためあまり使用されない。情報を手に入れる手段を広げると共に、情報の伝達・拡散のツールとしてHPやSNSの使い方を検討する必要がある。

観戦者の希望イベントとして、「選手との交流」(36.5%)を望んでいる人が一番高い割合となった。ついで、「ゲーム大会」(28.4%)の割合が多くを占めた。また、「その他」では、各校の選抜選手の試合や上位(1、2部)チームと下部(3、4部)チームが対戦する試合を観戦したいという意見もあったが、選手の負担になるため不要という意見もあった。

### (3) 試合満足度

観戦者の試合観戦の満足度は高い割合を占めている。第52回よりも第53回が高い割合を出している。第52回では、初めて観戦する人が多いため試合に対しての評価が曖昧になってしまうため低い結果となっ

てしまう。

観戦者が試合に活気があると第52回よりも第53回に高い割合を出している。第53回の次の大会は全日本インカレとなる。4年生にとっては最後の大会になる。出場資格を取るためには重要な試合が第53回のリーグ戦である。そのため、活気の評価が高くなったと考える。

イベントや企画を考えて欲しいと考えている観戦者の割合は高くはない。イベントや企画を実施しなくても良いと考えている観戦者が一定数いる。希望イベントの「その他」でも選手の負担を考えている観戦者がいるため評価は高くはならない。

会場のスペースについて観戦者の評価は低い。リーグ戦では各大学の体育館を使用するため、バレーボール観戦に不都合な体育館もある。そのため、評価は上がらない。

会場設備の快適さについて快適であると感じている観戦者の割合が多くはない。大学の設備のため整備されていないところも存在する。アンケート用紙にはトイレが汚かったと記入されているものもあった。また、得点板が二つしかない大学もあり、得点が分からないといった意見やどの体育館で試合を行っているのか分からず迷ってしまったという意見も出ている。

会場内の快適さについて快適であると感じている観戦者の割合が低い。大学によっては観戦席が付いていない会場も存在し、観戦する際にパイプ椅子を並べるだけの体育館もあり観戦しにくい。また、夏場は試合に影響するため窓や扉を開けることができない。そのため評価が上がらない。

リーグ戦の周辺情報を欲しいと考えている観戦者の割合は多くはない。開催会場がある程度決まっているため同じ場所に来ることが多い。そのため周辺の情報を把握しているのだと考えられる。

リーグ戦実施会場までの交通環境や距離



について適当でないと感じている観戦者が多い。リーグ戦を実施する際に各県から大学が集まるため、会場に偏りがないように実施するようにしている。開催会場もある程度決まっているが、各大学の体育館の都合により偏ってしまうことがある。また、公共の体育館も使用料金がかかるためあまり使用しない。東北学連は予算が乏しく、現状難しい状況である。使用してもリーグ戦中に1回ないし2回あるかないかである。そのため、観客にはあまり好感を持たれず観戦者の不満に繋がっている。

リーグ戦に於ける大会情報の提示について観戦者の評価は高いとは言えない。試合結果や個人賞の掲示は早急に行っているが結果のみで終わってしまっているため面白みに欠けている。また、SNSでも開示しているものの閲覧する者が少ないため、周知する方法を考える必要がある。

東北地区のリーグ戦を紹介したいと考えている観戦者の割合はあまり高いとは言えない。東北地区の試合は東日本の各都県の人達が観戦に来場することが多く、他地区の試合と比較した際に紹介するまでではないと感じていると考えられる。

東北地区のリーグ戦に再度観戦しに来たいと考えている観戦者が高い割合でいた。東北地区のリーグ戦を観戦したい意欲は観戦者自身持っているため、現在大学リーグ戦を観戦している観戦者を継続して観戦しに来てもらえるように考えることが重要である。

東北地区のリーグ戦を総合的に考えた時、観戦者のほとんどがリーグ戦に満足している。しかし、若干満足していない観戦者もいるためこの小人数の観戦者の不満内容についても考える必要がある。

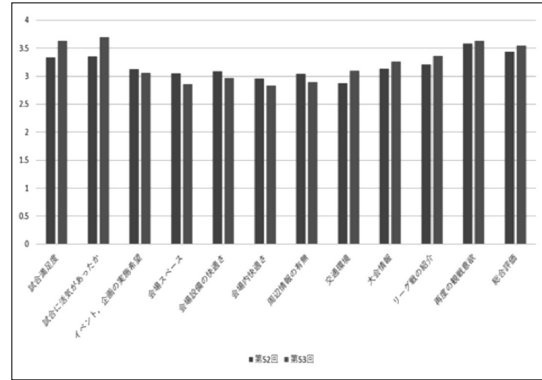


図1 東北地区大学リーグ戦観戦者評価

## 2. 調査対象者の比較

### (1) 年齢と会場評価

若年層の観戦者は会場に対しての不満が中年層の観戦者よりも少ない。若年層は試合を観戦することや友人を観戦に来ているため会場を気にしていないのではないだろうか。特に、大学の体育館がどのようなものか理解しているため不満が少ないと考えられる。中年層は子供の試合を見に来ており、初めて観戦し大学の体育館を知らないと思われる。会場の設備を改善する必要がある。

表1 年齢に於ける会場評価の検定

	会場設備 * 年齢			会場快適 * 年齢			紹介 * 年齢		
	値	自由度	漸近有意確率 (両側)	値	自由度	漸近有意確率 (両側)	値	自由度	漸近有意確率 (両側)
Pearson の カイ二乗	36.124 <sup>a</sup>	12	0.000	33.010 <sup>a</sup>	12	0.001	28.054 <sup>a</sup>	12	0.005
連続性	39.150	12	0.000	36.397	12	0.000	29.219	12	0.004
線型と線型 による連関 有効なケース の数	7.728	1	0.005	9.923	1	0.002	15.065	1	0.000
	205			206			205		

表2 年齢に於ける残差分析表

年齢	10代	20代	30代	40代	50代以上	会場設備				会場快適				紹介			
						全くそう 思わない	そう思わ ない	そう思う	大いにそう 思う	全くそう 思わない	そう思わ ない	そう思う	大いにそう 思う	全くそう 思わない	そう思わ ない	そう思う	大いにそう 思う
観戦者の満足度	-0.6	-1.9	-0.7	2.6	-1.2	-2.6	2.1	1.1	-0.7	-1.2	-0.7	-0.2	-0.2	-0.7	-1.2	-0.2	1.0
観戦者の満足度	2.6	-1.1	-1.2	1.6	1.9	-2.1	-0.6	2.1	0.6	-1.1	-0.6	-1.1	-0.2	2.6	-1.1	-0.2	2.6
観戦者の満足度	-0.6	3.5	-0.6	-0.6	3.1	-1.1	-1.1	-0.6	1.6	0.1	-1.1	-1.1	-0.2	-0.6	0.1	-1.1	-1.1
観戦者の満足度	-0.6	-0.2	0.3	0.1	1.4	0.9	-1.0	-0.3	-0.9	0.3	1.3	-1.3	-1.3	-0.9	0.3	1.3	-1.3
観戦者の満足度	-0.6	1.0	2.0	-2.9	-1.4	2.2	0.2	-1.9	1.0	0.9	2.6	2.6	-2.6	1.0	0.9	2.6	-2.6

### (2) 同伴人数と会場評価

1名と2名では会場のスペース、会場設備、会場の快適さ、に満足していない観戦者が多い。3名では会場のスペースに対してあまり満足していないが、会場の設備に対して満足している観戦者は多い。会場の快適さは満足している観戦者とともに不満

がある観戦者が多い結果となった。4名では、会場のスペースにとっても満足している観戦者が多く、会場設備に対しては、とても満足している観戦者ととても不満な観戦者が多い結果が出ている。5人以上では会場のスペース、会場設備、会場快適さに於いてとても満足している観戦者が多い。複数名で来る観戦者に対しての会場状況は充実していると考えられる。少数ではなく複数名で来場してもらえるような工夫や仕掛けを考える必要がある。

表3 同伴人数に於ける会場評価の検定

	何名 * スペース				何名 * 会場設備				何名 * 会場快適			
	観		漸近有意確率 (両側)		観		漸近有意確率 (両側)		観		漸近有意確率 (両側)	
	値	自由度	値	自由度	値	自由度	値	自由度	値	自由度	値	自由度
Pearsonの カイ2乗 尤度比	21.738*	12	0.041	31.627*	12	0.002	29.269*	12	0.004	36.479*	12	0.000
線型と線型 による連関 有効なケー スの数	22.258	12	0.035	36.245	12	0.000	36.479	12	0.000	9.294	1	0.002
	8.951	1	0.003	12.890	1	0.000	9.294	1	0.002			
	204			205			206					

表4 同伴人数に於ける残差分析表

何名	観	スペース				会場設備				会場快適			
		観		漸近有意確率 (両側)		観		漸近有意確率 (両側)		観		漸近有意確率 (両側)	
		値	自由度	値	自由度	値	自由度	値	自由度	値	自由度	値	自由度
1.A	観	0.0	0.1	0.1	-0.6	0.0	0.1	-0.6	0.0	0.1	0.1	-0.6	0.0
2.A	観	0.0	1.0	0.0	-1.5	0.7	1.3	0.0	-1.4	0.0	1.5	-0.2	-1.2
3.A	観	-0.2	2.1	0.4	-2.3	-0.6	1.0	1.7	-2.6	1.6	0.1	2.0	-3.0
4.A	観	0.2	-1.3	-0.5	1.7	-2.3	0.5	1.4	0.7	-1.4	-0.2	1.7	
その他	観	-0.7	-2.2	-0.8	3.3	-0.8	-1.8	-1.8	4.0	-1.2	-2.8	1.0	2.3

### (3) 観戦回数とイベント企画との再度の観戦意欲の評価

初めてリーグ戦に来た観戦者の多くがイベントや企画を行ってほしいと考えており、再度観戦に来たいとは考えていない。2～3回来ている人では、イベントや企画を行ってほしい観戦者は少ない。再度観戦したいと考えている観戦者が多い結果となっている。たまに来る観戦者は、イベントや企画を行ってほしいと多くが考えており、再度観戦したいと考えている観戦者が多い。ほぼ毎回来ている観戦者はイベントや企画を特に必要としている人が少なく、再度観戦したいと考えている人が多い。

新規の観客を獲得するためにはイベントや企画を行う方が良く考えられる。そこから、リピートしてもらい、リーグ戦に継続して観戦に来てもらえるような仕掛けをする必要がある。しかし、選手たちの負

担等を懸念している人もいるので、選手に負担のかからない仕掛けを考える必要がある。既存の観客はイベントをあまり必要としていないため、別の形でアプローチする必要がある。

表5 観戦回数に於ける評価の検定

	回数 * イベント企画				回数 * リピート			
	観		漸近有意確率 (両側)		観		漸近有意確率 (両側)	
	値	自由度	値	自由度	値	自由度	値	自由度
Pearsonの カイ2乗 尤度比	22.719*	9	0.007	14.462*	6	0.025		
線型と線型 による連関 有効なケー スの数	21.416	9	0.011	15.219	6	0.019		
	0.257	1	0.612	2.884	1	0.089		
	205			206				

表6 観戦回数に於ける残差分析表

回数	初めて	イベント企画				リピート			
		全くそう 思わない	そう思わ ない	そう思う	大いにそう 思う	全くそう 思わない	そう思わ ない	そう思う	大いにそう 思う
		観	観	観	観	観	観	観	観
2～3回	観	0.3	-1.7	0.0	1.2	0.5	0.5	-0.6	-0.6
たまに来る	観	-0.1	3.9	-2.2	-0.6	-0.6	0.7	-0.6	-0.6
ほぼ毎回来ている	観	-1.3	-1.3	2.7	-1.2	-0.6	2.8	-2.7	-2.7
	観	0.8	-0.1	-0.5	0.3	0.4	-3.2	3.1	3.1

### (4) 観戦者評価の相関関係

ゲーム満足度とリーグ戦活気、ゲーム満足度とリーグ戦の紹介、ゲーム満足度と総合評価、リーグ戦活気とリーグ戦の紹介、リーグ戦活気と総合評価、リーグ戦の紹介とリーグ戦リピートには相関があることが示され、リーグ戦リピートと総合評価にかなり強い相関があることがわかる。また、会場のスペースと会場設備、会場の快適さにはかなり強い相関がある。リーグ戦のリピートと総合評価は強い相関が出ているため継続して来てもらうことが必要となる。そのためにはリピートしている観客とリーグ戦の紹介は相関が出ているため、再度観戦に来てほしいと思わせるような取り組みをすべきである。企画やイベントのほとんどの項目に相関はないものの、新規の観客の獲得には繋がるが、特に既存の観客には効果が期待できない。そのため、会場のスペースと会場設備、会場の快適さにはかなり強い相関があるので、リーグ戦会場内の環境を整える必要がある。具体的には会場の設備等を改善していくことが重要である。

表7 リーグ戦評価の相関分析一覧

		ゲーム満足	リーグ戦活 気	イベント企 画	紹介	レポート	総合評価
ゲーム満 足	Pearson の 相関係数	1	.660**	0.117	.441**	.352**	.451**
	有意確率 (両側)		0.000	0.097	0.000	0.000	0.000
	度数	205	205	204	204	205	204
リーグ戦 活気	Pearson の 相関係数	.660**	1	0.078	.461**	.356**	.513**
	有意確率 (両側)	0.000		0.265	0.000	0.000	0.000
	度数	205	206	205	205	206	205
イベント 企画	Pearson の 相関係数	0.117	0.078	1	.346**	.200**	.150*
	有意確率 (両側)	0.097	0.265		0.000	0.004	0.032
	度数	204	205	205	205	205	205
紹介	Pearson の 相関係数	.441**	.461**	.346**	1	.558**	.649**
	有意確率 (両側)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	度数	204	205	205	205	205	205
レポート	Pearson の 相関係数	.352**	.356**	.200**	.558**	1	.707**
	有意確率 (両側)	0.000	0.000	0.004	0.000		0.000
	度数	205	206	205	205	206	205
総合評価	Pearson の 相関係数	.451**	.513**	.150*	.649**	.707**	1
	有意確率 (両側)	0.000	0.000	0.032	0.000	0.000	
	度数	204	205	205	205	205	205

\*\*、相関係数は1%水準で有意(両側)です。  
\*、相関係数は5%水準で有意(両側)です。

表8 会場環境の相関分析一覧

		スペース	会場設備	会場快適	交通環境
スペース	Pearson の 相関係数	1	.726**	.714**	.426**
	有意確率 (両側)		0.000	0.000	0.000
	度数	204	204	204	204
会場設備	Pearson の 相関係数	.726**	1	.684**	.389**
	有意確率 (両側)	0.000		0.000	0.000
	度数	204	205	205	205
会場快適	Pearson の 相関係数	.714**	.684**	1	.437**
	有意確率 (両側)	0.000	0.000		0.000
	度数	204	205	206	206
交通環境	Pearson の 相関係数	.426**	.389**	.437**	1
	有意確率 (両側)	0.000	0.000	0.000	
	度数	204	205	206	206

\*\*、相関係数は1%水準で有意(両側)です。  
\*、相関係数は5%水準で有意(両側)です。

#### IV. 結論及び実践的示唆

東北リーグ戦は、若年層から中年層までの幅広い年代が観戦に来ており、バレーボール経験が有る人の観戦傾向が高い。また、観戦目的としては、試合をしている家族や友人を見に来る傾向が高い。会場のスペース等の会場環境には満足していないが、試合内容には満足している。この結果から、リーグ戦の情報をどのように伝達していくべきなのか、大学バレーの魅力をも

くの人達に伝えるためにはどのような手段があるのか検討して実施していかなければならない。

そこで力を入れるべきは広報活動を積極的に行うことが必須になってくると考えている。他地区では、地域に合わせた集客活動を行っている。また、地域だけではなくママさんバレーや高校のバレーボール部の監督に試合の開催日程を伝え、観戦の際には入場料半額等の特典をつけている。他に、OB・OGが友人や先輩後輩、生徒を連れて観戦に来る傾向が高いので、この縦のつながりも大切となって来る。現在は情報が素早く的確に伝わる時代になってきており、特にSNSは生活の一部になってきていると言っても過言ではない。アンケート結果を見て分かるが、情報の入手先の半数以上が家族や知り合いであった。これは、狭い範囲でしか情報を共有していないことがわかる。これをどのようにすれば情報が広範囲に伝えられるかが鍵になる。対策としては、ポスターやHP、SNS等の改善が必要であると考えられる。誰でも見られるHPやSNSの充実を図ることでより多くの人たちに観覧してもらえ、興味を持たせることができると考えている。

来場の目的としては、ほとんどが選手の応援のために家族や友人が来ていることがわかった。観戦客数を伸ばすには家族や友人だけではどうしても限りがある。したがって、新たなコンテンツを増やしていく必要があるのではないかと考えている。例えば、選手の紹介冊子である。東北地区では、過去に選手紹介冊子を作成していた。また、東北の各県で行うことが多い中で、秋田県に於いてリーグ戦を行った際には、地元広報誌等の掲載もあり、中高生が観戦しに集まったことがある。あるいは、選手との交流イベントである。バレーボール教室や抽選大会等のイベントをすることによ

り観客が会場に足を運ぶようになると考えられる。そして、イベントを行った後すぐに試合をすればそのまま試合観戦もでき、大学バレーに大人だけではなく、子どもにも興味を持ってもらえるだろう。しかし、選手の負担が懸念されるため実施の際にはその部分について検討していかなければならない。

大学スポーツについて考えた時に、高田ら（2008）の観戦者の特性や心理的な特性を理解することは必要不可欠であるということ、林（2016）のプロスポーツを対象とした研究のみならず、アマチュアスポーツを対象とした研究の蓄積が必要だと指摘していること、この二つの要素を検討していかなければならない。特にバレーボールでは費用などの問題から営利志向の運営を行えないのが現状である。観戦者の特性や評価を蓄積し、常に改善していく必要がある。小さな積み重ねをしていくことが必要であると考えられる。

## V. 課題

今回のアンケート調査では東北に関しては、もともと会場に来る観客数が少なく、中には毎週来ている同一の観客が多くいた。その中で、ある程度の枚数を回収することができた。一方で、もっと効率よく回収率を高められるのではないかと感じた。今回は調査用紙を使用して調査を行ったが、回収率をさらに伸ばすために次回以降はデジタルアンケートを使用することを検討する。

また、今回は特定の地区・競技の観客の特性に重点を置いて調査・研究を行った。しかしながら、東北地区の全体像にせまるには、主催と選手、選手と観客の関係性も調べていく必要がある。分析方法もさらに検討し、より正確な分析を考えていく。そして、主催側の意見も取り入れていくこと

が必要になると考えている。

## VI. 文献

出口順子（2016） サポーターズクラブ会員における心理的コミットメントとチームアイデンティフィケーションー V・プレミアリーグを事例とした形成要因と行動意図への影響の検討ー, 東海学園大学紀要, (20):49-59.

出口順子・菊地秀夫（2016） Vリーグ観戦者の意思決定プロセス: チームアイデンティティ, 試合満足, 行動意図の関係性の検討, スポーツ産業学研究, (26), 61-72.

長谷川健司・清川健一・出口順子（2017） V・プレミアリーグ観戦者に於けるファンコミュニティ・アイデンティフィケーションーチーム・アイデンティフィケーション, 行動意図との関係性の検討ー, 太成学院大学紀要 論文, (19), 63-70.

林直也（2016） スポーツチームへのアイデンティティと地域愛着との関係に関する研究: アマチュアスポーツの試合観戦者に着目して, Human Welfare : HW, 8(1):47-59

井上功一・入口豊・太田順康・吉田雅行（2001） 大学競技スポーツ組織の現状と今後の展望ーアメリカ NCAA に焦点を当ててー大阪教育大学紀要, 第 IV 部門, 50(1), 193-210.

井上功一・入口豊・大久保悟（2010） 日本の大学競技スポーツ組織に関するー考察, 大阪教育大学紀要, 第 IV 部門, 50(1), 1-12.

井上尊寛・竹内洋輔（2012） フィギュアスケート観戦者の特性に関する研究, 法政大学体育・スポーツ研究センター紀要, (30):63-66.

井上尊寛・竹内洋輔（2013） フィギュアスケート観戦者における観戦動機に関す



- る研究, 法政大学スポーツ健康学研究,  
(4):11-17.
- (公社)日本プロサッカーリーグ(Jリーグ)  
(2016) Jリーグスタジアム観戦者調査  
2016 サマリーレポート :50-58, 64.
- 増山光洋・村本信幸・柿島新太郎・濱口純一・  
吉田康伸(2012) バレーボールVリー  
グにおけるホームゲーム実施とクラブ運  
営の研究－V・チャレンジリーグを対象  
にして－, 中央学院大学人間・自然論叢,  
3-19.
- 大山高・湯川志保(2015) 大学ラグビー  
観戦者の来場回数に与える要因の分析－  
大学ラグビーフットボール選手権大会決  
勝観戦者の調査から－, 帝京経済学研究,  
(49):67-73.
- 高田一慶・原田宗彦・備前嘉文(2008)  
わが国の球技系トップリーグ観戦者に  
関する研究－クラスター分析を用いた  
観戦者の分類－, スポーツ産業学研究,  
(18):25-42.